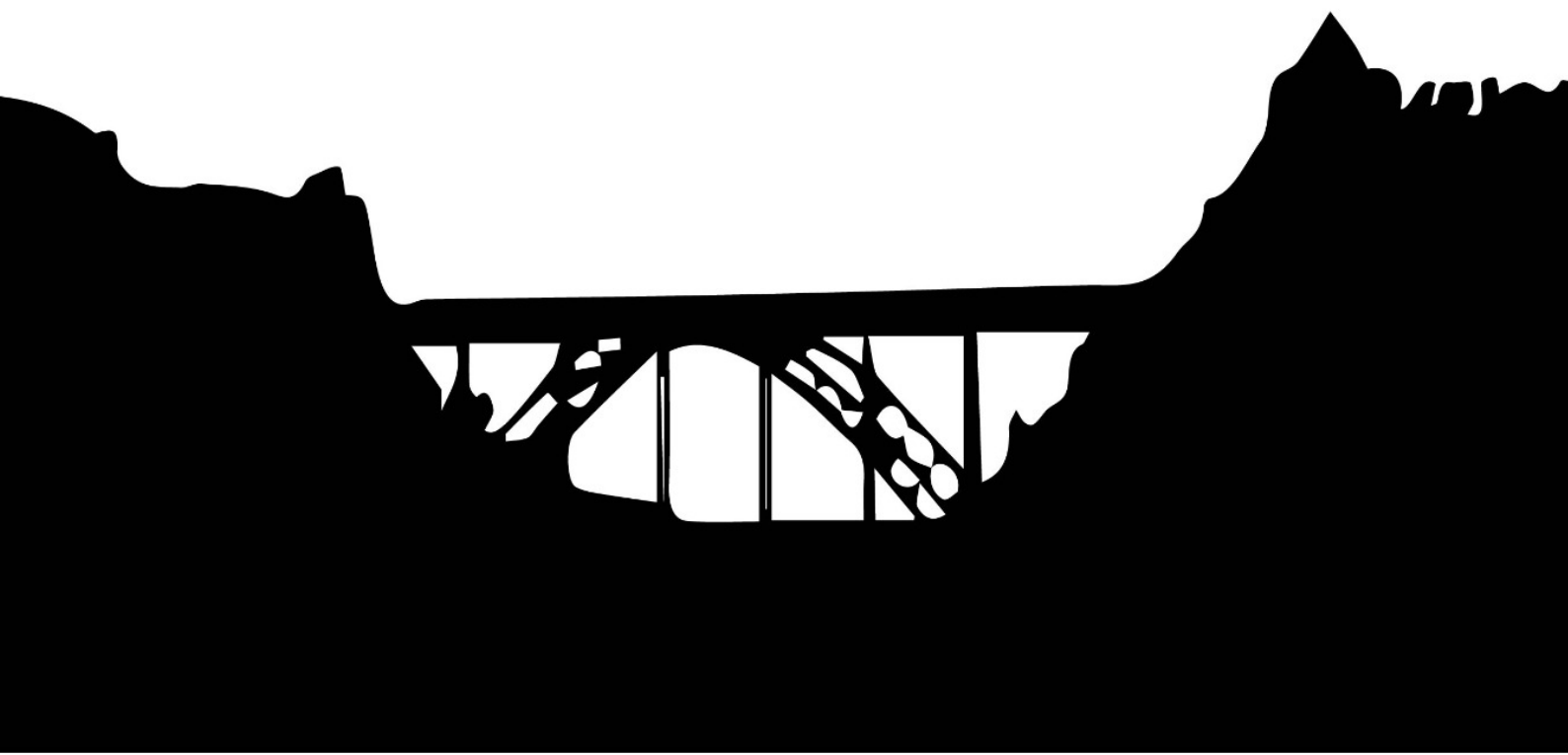


· RIBEIRINHA ·  
D'OURO



## A GÉNESE DA IDEIA

Abraçar e enaltecer a cultura gastronómica nortenha, com perfis e sabores tão característicos e receitas de tal forma enraizadas e eternizadas que passam de geração em geração foi o mote para a criação deste produto. O propósito foi dando-lhe um cunho pessoal, valorizar aquela que é a "bifana à moda do Porto". Nasceu assim a Ribeirinha D'Ouro – inspirada na receita tradicional e a Ribeirinha D'Ouro *vegan* - versão adaptada. O produto apresenta-se em duas versões, dada a heterogeneidade do consumidor atual, sendo compatível com diferentes escolhas ou exigências alimentares, e porque acreditamos que haja espaço para fazer renascer a tradição reestruturando o produto na sua génese. O objetivo foi dar palco, tornar disponível e de fácil acesso ao consumidor aquilo que é o conforto de uma receita tradicional portuense e "convidado" obrigatório e muito popular em convívios entre familiares e amigos, com espaço para ser apreciado entre conversas, jogos e cervejas. Tendo sempre em mente a finalidade a que nos propusemos, apostando na conveniência e praticidade, seguindo aquele que é o perfil do consumidor atual e o que é por ele privilegiado, bem como as mudanças do estilo de vida e alterações nos hábitos de consumo, e focando-nos na inovação, enveredando por um caminho pouco explorado - preparados embalados a vácuo, esterilizados e distribuídos à temperatura ambiente (exigindo apenas ao consumidor que o aqueça) e na apresentação - escolha de embalagem que remete para o rústico e o acolhedor, assim como um prato tradicional nos "conduz a casa", a Ribeirinha d'Ouro destaca-se por aliar a tradição à inovação.

E tendo o Douro como horizonte, da janela vislumbramos um belo caminho - pronto a remar - para aquela que é a nossa Ribeirinha D'Ouro.

## O PRODUTO

A Ribeirinha D'Ouro e a Ribeirinha D'Ouro *vegan* pertencem a uma categoria de produtos alimentares pré-confecionados/pré-preparados. A Ribeirinha D'Ouro é um preparado de bifanas de porco laminadas envolvidas em molho típico e a Ribeirinha D'Ouro *vegan* é um preparado de cogumelos *Portobello* envolvidos em molho característico. Dado que o produto está disponível em duas versões: tradicional e *vegan*, as receitas são ligeiramente diferentes. Destacam-se como ingredientes comuns a ambas as receitas a cebola, o alho, o azeite, a cerveja e o vinho do Porto e, na Ribeirinha D'Ouro o papel principal é dado às bifanas de Porco laminadas o mais fino possível e o poder do vinho para amaciar a carne. Já na Ribeirinha D'Ouro *vegan*, destacam-se os cogumelos *Portobello* – protagonistas da receita - e a levedura nutricional para enriquecer o molho em que estes são envolvidos. O produto apresenta-se com um molho diferente, mas homogéneo em ambas as versões, numa delas com os pedaços das bifanas laminadas a ganhar destaque e na outra, com os cogumelos envolvidos. O sabor remete para a receita tradicional, em que a cerveja e o molho de tomate são realçados e são os principais responsáveis pelo sabor idêntico em ambas as versões, aproximando-se neste campo e afastando-se na textura, dada a diferença entre os cogumelos e as bifanas de porco. É de realçar as propriedades nutricionais do produto, na medida em que, tendo por base as doses diárias recomendadas, assume-se como um produto equilibrado do ponto de vista quantitativo e qualitativo.

O produto destina-se ao consumidor comum, tendo como principal alvo a comunidade do distrito do Porto, mais familiarizada com o mesmo. Estará disponível por um preço acessível

- 3,99€ -, e apenas exigirá ao consumidor um aquecimento rápido do produto, em fogão ou micro-ondas, sendo um ponto relevante a favor da praticidade e conveniência. Pode servir de base para uma refeição principal, conciliado com acompanhamentos variados ou como um *snack*, para uma “refeição volante”.

A distribuição do mesmo será feita em embalagens de 300g (2 porções de 150g), e deve ser armazenado ao abrigo da luz, em local fresco e seco, não havendo necessidade de refrigeração, nem na distribuição nem no armazenamento tanto a nível de retalho comercial como familiar. O tempo de prateleira do produto são 6 meses após embalamento.

É relevante destacar as características diferenciadores do nosso produto. Em primeiro lugar, porque não há produto semelhante no mercado, sendo uma novidade; é um produto embalado a vácuo e esterilizado e distribuído à temperatura ambiente, um fator de grande importância do ponto de vista da inovação e, por último, mas não menos importante, há que referir a possibilidade de ter um produto tradicional da gastronomia do Porto sem envolver grande trabalho culinário ou disponibilidade de tempo, destacando-se a comodidade de uso, permitindo conjugar o que seria, à partida, incombinável - os sabores tradicionais que são elaborados e apreciados sem pressas com a correria do dia-a-dia.

## **PLANO DE MARKETING**

Para o desenvolvimento de novos produtos a ferramenta mais importante é o estudo, pesquisa e análise da temática que vai ser trabalhada. Neste sentido pretendíamos desenvolver um produto alimentar eco-inovador e sustentável, e com esses dois pontos de partida iniciou-se uma pesquisa sobre Portugal e a sua gastronomia típica.

### **TESTE DE CONCEITO**

Acabamos por ter um campo de pesquisa vasto, porém focalizado numa área específica. O teste de conceito parte daí e este é uma ferramenta de *marketing* para o teste de ideias/conceitos para qualquer tipo de produto, onde o objetivo principal é avaliar o potencial e aceitação antes do desenvolvimento ou lançamento no mercado. Esta ferramenta permite identificar as perceções, necessidades e desejos dos consumidores em relação ao conceito deste novo produto, sob diversos pontos de vista. Este pode ser feito de forma global ou por partes, ou seja, podemos avaliar o conceito como conjunto total do produto, ou dividindo por partes, tais como: embalagens do produto, preço, a distribuição...entre outros. Começamos por abordar o teste de conceito de forma global e ao abordar diferentes utilizadores reparamos um ponto em comum, que era a situação atual do país. O estado de pandemia, que veio acelerar mudanças de rotinas que revelavam alguma inércia a novas adaptações, reuniões à distância, teletrabalho, entre outras. Esta alteração de paradigma veio atribuir à habitação um estatuto novo, principalmente nas refeições. As refeições feitas em casa tornaram-se mais regulares e o tempo para conciliar com o trabalho continua o mesmo, ou em muitos casos diminuiu significativamente. É neste cenário que o projeto lançado ganha forma, desafiando a equipa a desenhar e criar soluções criativas, engenhosas e viáveis que respondam às necessidades de vários utilizadores que não pretendam perder tempo com a preparação de uma refeição. Com este ponto de partida, foi definido o seguinte: o produto seria enquadrado na categoria de

refeição rápida; teria de facilitar o utilizador no processo de preparação; de fácil acompanhamento; mantendo o carácter inovador, sustentável e tradicional.

### **ESTUDO AO CONSUMIDOR**

Ao definir o conceito onde o produto se insere, o passo seguinte seria estudar o consumidor de modo a afunilar qual o produto mais adequado. A próxima tarefa seria definir a quantidade de consumidores a atingir no mercado: O produto ao estar enquadrado na categoria de refeição rápida acaba por definir um tipo de consumidor, o mais ocupado, não esquecendo, no entanto, o consumidor oposto, o que pretende partilhar e disfrutar da refeição com familiares e amigos. Alcançará também um terceiro tipo de consumidor, o turista, aquele que quer ter uma experiência diferente e ficar a conhecer um pouco sobre a tradição portuguesa; contemplando o consumidor *vegan*, que pretende experienciar algo próximo do tradicional com um toque diferente e adaptado às suas exigências alimentares e, por último, o consumidor que quer um produto *environmental friendly*. Alinhando estes consumidores pudemos definir a ideia, e escolher um produto que chegasse a todos os consumidores supracitados, explorando e reinventando a bifana à moda do Porto, pretendendo alcançar "pessoas em movimento", incluindo a população local, trabalhadora e/ou turistas. Este produto reflete os valores do povo português, sempre pronto a receber de forma calorosa e carismática, não perdendo o foco na inovação.

### **ANÁLISE DE CONCORRENTES**

A análise de mercado foi feita a partir de uma pesquisa de diferentes produtos existentes no mercado, com base no enquadramento em relação ao conceito, na preparação, diversidade, sustentabilidade, quantidade, qualidade e versatilidade. Em comparação com o produto que executámos, os produtos que achamos no mercado consistiam apenas no molho para bifanas, com quantidades específicas, já pronto a usar e as bifanas em regime do *take away* porém nem sempre disponíveis e distanciadas daquela que é a bifana tradicional. De maneira que o nosso produto ganhe destaque, pertentemos distanciá-lo do consumo comum, no "pão" dando liberdade ao consumidor para qualquer tipo de acompanhamentos.

### **AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE MERCADO**

O potencial de mercado pode ser avaliado sob duas perspetivas diferentes. A primeira delas diz respeito a quanto um determinado negócio é capaz de produzir/vender dentro de um período de tempo estabelecido. A segunda diz respeito ao mercado em si e trata de quanto dinheiro é necessário para o investimento e qual o retorno. Naturalmente, essas duas visões estão totalmente ligadas, pois temos de considerar a capacidade de produzir e vender, tal como a capacidade para o consumidor a comprar. Para que isto aconteça temos de considerar os seguintes pontos: Qual é a quantidade de consumidores a atingir no mercado? Qual o preço/qualidade fornecida aos consumidores? Qual a capacidade para produzir os produtos idealizados? Tal como supramencionado, considerámos várias tipologias de consumidores para que os produtos tivessem uma maior versatilidade. Ao projetar dessa forma garantimos que o consumo do produto pode ter várias fontes de rendimento. Em relação aos últimos pontos, para garantir um preço acessível mantendo a qualidade dos produtos foram considerados materiais que fossem sustentáveis e que o processo produtivo equilibrasse o preço/qualidade/tempo/execução. A abordagem para as receitas foi pensada da mesma forma,

tanto na de origem animal como na de base vegetal. Estes ideais mantiveram-se para que o preço fosse acessível ao consumidor.

### **ESTRATÉGIA, SEGMENTAÇÃO E CONSISTÊNCIA**

A estratégia, segmentação, consistência e *marketing mix* são fatores importantes na definição de um produto. O nosso objetivo foi agrupar os consumidores com base nas necessidades e benefícios que procuram num produto alimentar pertencente a esta linha de conceito (estudo de consumidores); determinar quais os aspetos demográficos, estilo de vida e comportamento (teste de conceito); usar critérios predeterminados para definir a atratividade do produto; determinar a rentabilidade; criar uma proposta de valor e uma estratégia de posicionamento; produto-preço; testar a atratividade da estratégia (avaliação do mercado). A precisão e consistência permitiu a identificação sobre tudo no produto, como cada produto distribuído e controlo de quantidades sem perder a qualidade. O produto foi controlado a partir de vários testes da receita e diferentes porções.

### **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

Numa fase inicial de comercialização do produto e como “ferramenta de arranque”, pretendemos apostar num espaço na Agrival, uma feira agrícola na cidade de Penafiel, considerada a maior do norte e centro do País, que acolhe, num espaço superior a 25.000 m<sup>2</sup>, expositores ligados à agricultura e ao gado, mas também a inúmeras áreas de negócio. Tendo em conta que a zona habitacional de toda a equipa é o Vale de Sousa, havendo uma forte ligação àquela que é a “nossa terra” fazia sentido apostar num espaço assim para a divulgação da marca. O objetivo seria mais tarde ter vários pontos de venda na cidade do Porto, devido aos produtos serem identitários da cidade, mas também pela movimentação e o turismo. O primeiro ponto de venda seria na zona da Ribeira, que foi a nossa principal inspiração para a criação do nome e o objetivo era ter um espaço, especialmente desenhado para venda, com a marca e o conceito exposto. De modo a podermos entrar mais facilmente no ramo do turismo, perspetivamos também possíveis parcerias com cervejarias portuenses ou caves de vinho do Porto (ingrediente indispensável na receita). Para além dessa estratégia, teríamos também um website descritivo das Ribeirinhas D’Ouro e uma página de Facebook e Instagram para a divulgação através das redes sociais – aposta chave no mundo atual.

### **MARCA E EMBALAGEM**

Após determinarmos quais os produtos a desenvolver e qual a estratégia a seguir, começamos a definir o *design* no desenvolvimento da marca e na embalagem. Ao pegar na tradição da bifana à moda do Porto, tentamos explorar de forma gráfica, marcos da cidade que fossem característicos e chamativos para os consumidores. Então concluímos que o nome teria de ser pensado da mesma forma. Após uma pesquisa abundante, aprofundamos o nosso conceito mais uma vez para que fizesse sentido com o possível nome, isto é, um produto tradicional, mas ao mesmo tempo tivesse uma versão *vegan* e que fosse considerado da mesma tipologia/família de produtos, então surgiu a “ponte” de ligação entre eles. A ligação da ponte de D. Luís I, que une as cidades do Porto e Vila Nova de Gaia, separadas pelo rio Douro. A partir desta analogia inicial, encontramos na Ribeira do Porto a nossa grande inspiração. A Ribeira é um dos locais mais antigos e típicos da cidade do Porto, em Portugal e faz parte do Centro Histórico do Porto, Património Mundial da UNESCO. É, atualmente, uma zona muito

frequentada por turistas e local de concentração de bares e restaurantes. Surgiu assim o nome do produto “Ribeirinha D’Ouro”. Posteriormente, o processo de *design* passou por várias etapas, contudo a mais importante foi a escolha do material e forma de apresentação. Pretendíamos que chamasse à atenção do consumidor e, por isso, apostamos numa abordagem da escolha de cor, tornando-a mais apelativa e da presença viva da Ribeira – conseguida através das típicas casas e janelas coloridas tão características da zona. Pretendíamos que ao mesmo tempo tivesse um cariz rústico e acolhedor, associado à gastronomia tradicional, e optamos pela escolha de sacos em papel *kraft*. A primeira embalagem é simples e sem grafismos, acomodando somente o produto e a embalagem secundária é a de maior relevância em termos visuais, pois é a carta de apresentação do produto. Depois de várias tentativas e *layouts* de *packaging*, definimos que a parte frontal do saco teria uma sugestão de apresentação do nosso produto, servido dentro de um pão, dado que é a associação muitas vezes feita quando se pensa neste produto alimentar. Na parte posterior do *packaging*, com o detalhe da “sombra” da ponte D. Luís, surge, para além de todas as menções obrigatórias, um pouco sobre a história do produto, sugestões de possíveis combinações passíveis de serem feitas para acompanhar o produto, bem como sites e redes sociais para mais informações acerca da marca, equipa e produto. Nas **Figuras 3 e 4** disponíveis em anexo, estão representados os *designs* da embalagem descrita.

## ESTUDO TÉCNICO

O fluxograma do processo bem como todos os constituintes das receitas dos produtos e técnicas associadas ao processo de formulação do produto encontram-se esquematizadas na Figura 1.

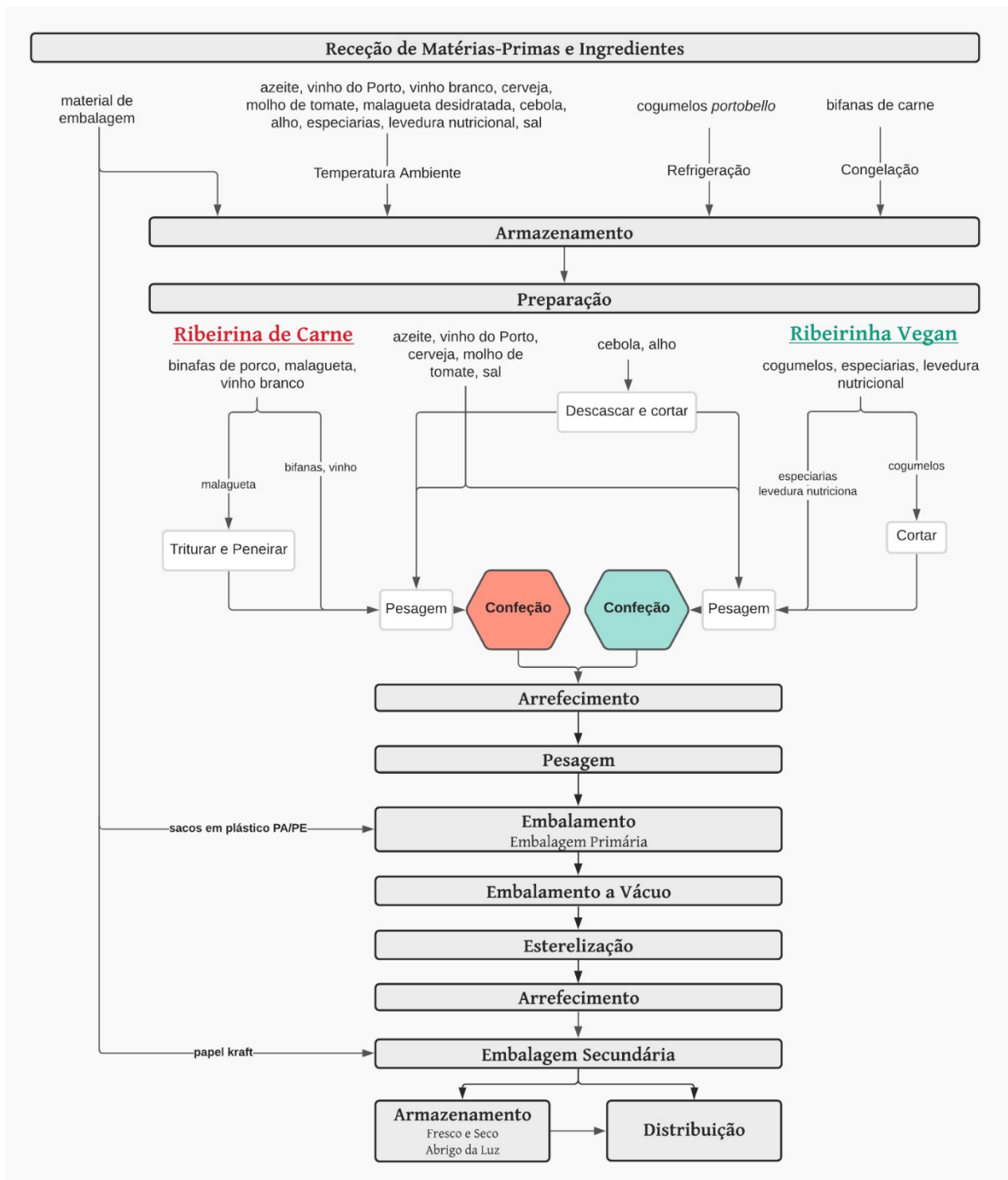


Figura 1 - Fluxograma do processo de produção.

Os resultados do processo encontram-se apresentados de seguida, em 3 pontos de desenvolvimento– após confeção, após embalagem e após processamento térmico.

Ribeirinha D'Ouro

Ribeirinha D'Ouro vegan

Após Confeção:



Após embalagem a vácuo:



Após processamento térmico:



**Nota:** A versão com carne, dada a abundância em molho e o facto de a carne ser laminada bem fina, as bifanas de porco parecem “escondidas” no molho.



Dado o atual contexto pandémico em que estamos inseridos, a análise sensorial remeteu para provas entre equipa e familiares próximos para ajuste de ingredientes e validação da receita. Esta análise permitiu não só avaliar a qualidade de alimentos a níveis hedónicos, mas também para definir a aceitabilidade dos consumidores, de acordo com suas preferências e percepções. Abordando características como cor, textura, aroma e sabor, a interação alimento-indivíduo provocou sensações de prazer e bem-estar. A validação da qualidade microbiológica foi conseguida pela esterilização do produto a 121°C durante 15 minutos. Tendo sido submetido a este processamento térmico, o fator limitante para destacar o tempo de prateleira foi a garantia da qualidade sensorial e organolética do produto, sendo que o alimento apresenta e conserva as características que o qualificam durante um período de 6 meses, após embalagem.

A embalagem do produto é composta por 2 partes independentes: uma embalagem primária que conterá o produto e permitirá o seu embalamento a vácuo, constituída por PA/PE – poliamida e polietileno, que oferecem uma boa barreira à humidade, oxigénio e à gordura e elevada resistência, permitindo a conservação do produto; e uma embalagem secundária em papel *kraft* que incluirá a rotulagem do produto e outras informações necessárias.

Do ponto de vista nutricional, trata-se de um produto equilibrado. Analisando a tabela nutricional de ambos os rótulos, disponíveis em anexo (**Figuras 3 e 4**), e “descodificando” a informação para melhor interpretação (tendo por base, por exemplo os semáforos nutricionais), podemos concluir que em ambas as receitas o conteúdo, por 100g de produto, em lípidos é médio, em lípidos saturados e açúcares é baixo e que o conteúdo de sal na receita tradicional é baixo e na receita *vegan* é médio. Além disso, a bifana de porco é rica em gorduras insaturadas, as comumente designadas como “gorduras boas”, conta com aminoácidos essenciais – como a tiamina –, minerais – como o ferro – e lípidos muito energéticos, incluindo ácidos gordos essenciais. Já os cogumelos *Portobello* são uma boa fonte de vitaminas do complexo B, ferro, fósforo, potássio e selénio e caracterizam-se também pela riqueza em substâncias bioativas, estando associados a respostas de ação anti-oxidante e anti-inflamatória, estimulando o sistema imunológico e a controlo dos níveis de colesterol. Tendo sempre em conta que o consumidor deve seguir uma dieta variada, podemos inferir que o produto é uma ótima opção para ser incluída nos hábitos alimentares. É importante referir também que, tendo em conta que quem segue uma dieta vegetariana ou *vegan* pode ter défice de vitamina B12, com o intuito de enriquecer a versão *vegan*, adicionamos levedura nutricional, de modo que 100g do produto contenham pelo menos 15% do valor de cobalamina de referência, pronta a entrar na dieta de quem faz estas escolhas alimentares.

O produto é inovador do ponto de vista comercial por ser uma novidade no mercado e do ponto de vista técnico: destaca-se o embalamento a vácuo que para além de contribuir para a qualidade alimentar prolongada e conservar alimentos por mais tempo, oferece a vantagem de que as embalagens a vácuo são práticas, leves e ocupam pouco espaço, conjugado com a esterilização que garante toda a segurança a nível microbiológico – tudo isto num produto pré-confecionado e distribuído à temperatura ambiente.

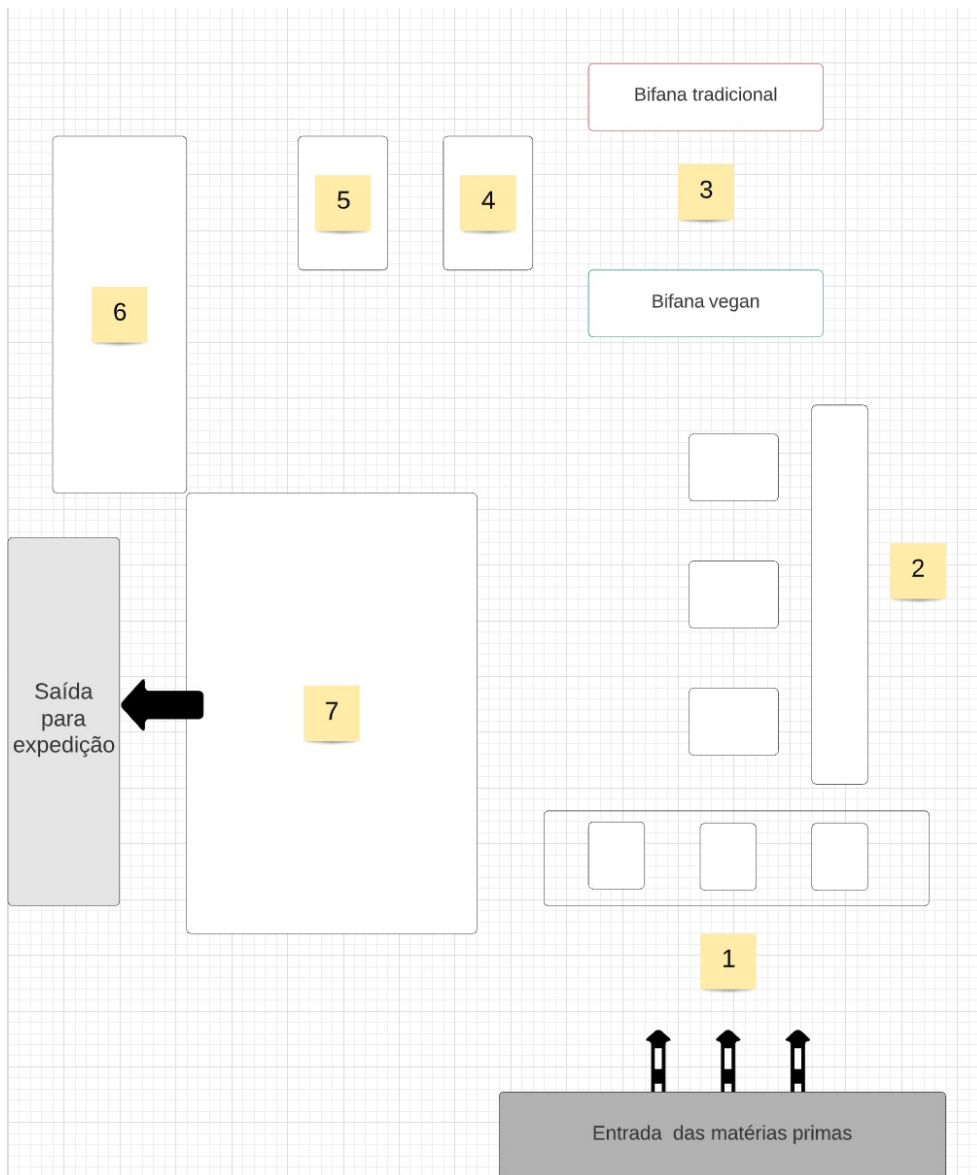


Figura 2- Layout da planta de produção.

- 1) **Receção e armazenamento das matérias-primas**  
Armários de refrigeração e congelação e prateleiras
- 2) **Preparação das matérias-primas**  
Bancas para manipular e lavatórios
- 3) **Confeção e pesagem na embalagem primária**  
Eletrodomésticos para confeção e balança
- 4) **Máquina de vácuo**  
Selagem da embalagem primaria
- 5) **Autoclave**  
Processo térmico de esterilização
- 6) **Embalagem secundária**
- 7) **Armazém**  
Armazenamento das embalagens para posterior expedição

## DESCRIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DA PLANTA DE PRODUÇÃO

### A) Receção e armazenamento da matéria-prima

Chegam aqui todas as matérias-primas que iremos necessitar para a confeção da Ribeirinha D'Ouro.

A carne será armazenada em armários de congelação, os cogumelos e ingredientes que necessitem de refrigeração em armários de refrigeração e os restantes ingredientes para o molho irão para as prateleiras.

### B) Preparação das matérias-primas

As matérias-primas são preparadas para o momento da confeção.

Nesta zona teremos de descascar e cortar todos os ingredientes. Para além disso também são pesados de acordo com a receita, lavados e colocados na zona para a confeção.

### C) Confeção

Nesta etapa do processo, com todos os materiais pesados passamos à confeção. Tendo em conta que temos dois produtos distintos, de forma a evitar contaminações e troca de ingredientes, teremos, a partir deste ponto, duas linhas de confeção.

- Bifana versão tradicional: Feito o refogado, é adicionada a cerveja, o vinho e o vinho do Porto. Adiciona-se o molho de tomate e todas as especiarias, e tritura-se tudo para termos um molho uniforme. A este molho é adicionada a carne que fica a cozinhar em placa ou lume médio.
- Bifana versão *vegan*: Feito o molho, os cogumelos laminados são adicionados e ficam a cozinhar em placa ou lume médio.

### D) Embalagem primária e pesagem

Depois de arrefecido e com o auxílio de uma balança, pesamos 300g de produto para a embalagem de plástico (embalagem primária).

### E) Embalagem a vácuo

Depois do produto estar pesado dentro da embalagem de plástico, será encaminhada uma a uma para a máquina de vácuo.

Esta máquina para além de retirar o ar da embalagem também sela a mesma de forma que não se consiga abrir.

### F) Processamento térmico

As embalagens seladas, tanto da linha de produção da bifana tradicional como *vegan*, vão para uma autoclave e fazem um ciclo de 15 minutos a 121°C (esterilização).

### G) Embalagem secundária

Depois de arrefecidas as embalagens esterilizadas, estas são colocadas, individualmente, dentro da embalagem secundária.

Esta embalagem secundária está rotulada e com todas as informações necessárias sobre o nosso produto.

### H) Expedição e/ou armazenamento

Depois de embaladas e acondicionadas, as bifanas serão expedidas

Tendo em conta todo o processo produtivo, encontram-se destacados na tabela 1 a classificação e descrição dos perigos e pontos críticos, bem como possíveis causas e medidas preventivas.

**Tabela 1.** Classificação dos perigos e pontos críticos.

<b>Etapa</b>	<b>Classificação do perigo</b>	<b>Descrição do perigo</b>	<b>Causas</b>	<b>Medidas preventivas</b>
<b>Receção das matérias-primas</b>	- Perigo microbiológico-presença de microrganismos.	- Contaminação por exposição a temperatura inadequada durante o transporte.	- Avaria do sistema de congelação; - Paragem dos motores do transporte	- Registos contínuos das temperaturas durante o transporte; - Formação do pessoal; - Caderno de encargos;
<b>Armazenamento das matérias-primas</b>	- Perigo microbiológico-presença de microrganismos.	- Contaminação por temperatura inadequada durante o armazenamento.	- Avaria do equipamento de congelação.	- Registos contínuos (3 vezes ao dia) durante o armazenamento; - Formação do pessoal.
<b>Receção e armazenamento dos materiais da embalagem</b>	- Perigo físico-presença de corpos estranhos; - Perigo químico-presença de resíduos de desinfetantes ou detergentes.	- Contaminação das embalagens por corpos estranhos como pedaços de plásticos ou insetos ou com resíduos químicos.	- Deficientes praticas de durante o armazenamento; - Não cumprimento das boas práticas de higiene.	- Cumprimento do código de boas práticas de fabrico e de higiene; - Procedimentos de armazenamento adequados;
<b>Confeção</b>	- Perigo químico-resíduos de detergentes.	- Contaminação química por resíduos de detergentes ou desinfetantes.	- Material em contacto com produto contaminado por deficiente procedimento de limpeza.	- Plano de Limpeza adequado e testado; - Verificação da eficácia do Plano de limpeza;
<b>Processo vácuo</b>	- Perigo microbiológico.	- Má selagem do saco com possibilidade de posterior contaminação.	- Máquina não estar suficientemente quente para selar a embalagem; - Não retirar o ar de acordo com o previsto.	- Formação do pessoal.
<b>Processo de esterilização</b>	- Perigo microbiológico.	- Sobrevivência de patogénicos.	-Tempo/ temperatura deficiente durante a operação de esterilização; - Distribuição de calor no esterilizador não estudada, causando deficiente temperatura nalguns	- Formação do pessoal; - Instruções de trabalho; - Implementado estudo de F0; - Estudos de distribuição do calor;

		pontos do esterilizador; - Incorretos procedimentos para a realização de purgas.	- Plano de manutenção; - Registos de tempo de purga.
	- Desenvolvimento de patogénicos.	- Inexistência de tratamento térmico.	- Marcação dos cestos; - Plano de manutenção do esterilizador.

Para desenvolver aspetos sustentáveis do nosso produto, tivemos em conta a escolha de matérias-primas. Assim realizamos uma pesquisa de possíveis fornecedores, preferencialmente locais, representados na tabela 2.

**Tabela 2.** Possíveis fornecedores de ingredientes/matérias-primas na produção da Ribeirinha D'Ouro.

<b>Ingredientes/Matérias-primas alimentares</b>	
Carne de porco	PEC Nordeste S.A. Bloco Frio - Produtos Alimentares, Lda
Cogumelos <i>Portobello</i>	Cooperativa Fruta Feia Bioprodutores
Cebola	
Alho	
Azeite	
Molho de tomate	Sugalidal S.A.
Vinho do Porto	Porto Ferreira, Sogrape Vinhos S.A.
Vinho Branco	Adega Cooperativa de Lousada, Crl.
Cerveja	Super Bock
Levedura	Auri Foods
Sal	Flor de sal de Aveiro
<b>Matérias-primas não alimentares - Embalagem</b>	
Plástico a vácuo	Plásticos PDA Plásticos Macar
Embalagem secundária em papel <i>kraft</i>	360 imprimir LITEL – Litografia e Embalagens, Lda.

## ASPETOS SUSTENTÁVEIS

O desenvolvimento sustentável, segundo a FAO (1989), consiste na gestão e conservação dos recursos naturais e na orientação da mudança tecnológica e institucional, de forma a assegurar a satisfação contínua das necessidades das gerações atuais e futuras. Tendo esses objetivos como partido, projetamos a ideia inicial do produto de modo a seguir um desenvolvimento sustentável, tendo em consideração a escolha de matérias-primas, o processo de fabrico, a embalagem e a distribuição.

Em relação à escolha de matérias-primas, fizemos uma pesquisa dos produtores locais de modo a minimizar a pegada de carbono e promover a economia da região. Assim, escolhemos produtores biológicos e aqueles que fosse possível fazer um aproveitamento dos excedentes de produção (caso da cooperativa Fruta Feia), dando primazia para estes últimos, pois o desperdício alimentar tem consequências maiores, devido ao gasto desnecessário dos recursos usados na produção e emissão de dióxido de carbono e metano resultante da decomposição dos alimentos que não são consumidos. Também escolhemos fornecedores conhecidos pelos seus aspetos sustentáveis, como a Super Bock e a Sogrape, localizados na zona norte e fornecedores que produzem apenas em época do ano favorável, caso do molho de tomate e o sal.

Como utilizamos carne de porco na versão de carne, escolhemos produtores com certificado BEA – Bem-Estar Animal, que impõe o cumprimento das medidas implementadas, consideradas necessárias para minimizar o stress e o desconforto dos animais, durante o processo de abate e respetivas operações complementares.

Em relação ao processo de fabrico, tendo conhecimento do gasto energético e dos recursos hídricos, escolhemos equipamentos que minimizam parâmetros de processo de esterilização e exclui perdas de água, particularizando a autoclave, que trabalha sobre um esquema de abastecimento reverso de água de modo a conseguir uma tecnologia quase sem desperdícios. Também organizamos a nossa produção para usar o sistema do autoclave apenas uma vez por dia na sua capacidade máxima, de modo a reduzir os custos energéticos.

Em relação à gestão de desperdícios, pretendemos requerer o fornecimento de serviços externos por parte de empresas que realizam compostagem de resíduos orgânicos e o reaproveitamento dos mesmos. E também negociar com fornecedores de certas matérias-primas a implementação de embalagens retornáveis no que conta à receção, e reciclagem como último recurso.

Em relação à embalagem, escolhemos utilizar duas embalagens, uma primária e uma secundária. Dado que o nosso produto terá de ter uma barreira física de elevada resistência, optamos por utilizar sacos de plástico a vácuo, dando preferência para plástico reciclado, como embalagem primária, e papel *kraft* reciclado como embalagem secundária. Assim permite a correta separação destes dois materiais para reciclagem. Na projeção da embalagem escolhemos o formato de permitisse que esta tivesse o menor tamanho e peso possível, diminuindo questões ambientais no transporte e armazenamento.

A distribuição do nosso produto será feita a temperatura ambiente, diminuindo gastos de energia no transporte e armazenamento.

## ESTUDO FINANCEIRO

Em resposta à avaliação do potencial de mercado incluído no plano de *marketing*, a equipa realizou uma boa pesquisa no mercado de modo a obter números e informações confiáveis e assim a construir o plano financeiro do projeto, através da projeção da receita, avaliação de custos, despesas e investimentos, dos fluxos de caixa e análise de indicadores.

Para determinar o quanto o nosso negócio é capaz de produzir/vender, começamos por analisar a capacidade dos equipamentos necessários, número de trabalhadores e o

fornecimento matérias-primas pelos fornecedores. Assim, definimos um autoclave que permitisse a esterilização de 300 embalagens de 300g de ambos os produtos por dia, estimando a produção de 6000 embalagens por mês. A produção de ambos os nossos produtos, carne e *vegan*, não será dividida de igual forma, pois em Portugal calculamos que a recetividade em relação à versão de carne seja maior quando comparada com a alternativa de base vegetal. Assim a produção da versão *vegan* será 25% da produção total, pois tivemos em conta não só a população estritamente vegetariana, mas também apreciadores deste estilo de vida e do ingrediente alternativo, os cogumelos.

Quanto ao número de trabalhadores, numa fase inicial, estipulamos quatro trabalhadores (membros da equipa), que participam na produção, na venda, no marketing e na comunicação.

Centrando-se no Vale de Sousa, pretendemos implementar parcerias com pelo menos 24 mercearias locais (6 regiões do Vale do Sousa, corresponde a 4 mercearias por cada) e venda online com distribuição no continente, com portes acrescidos ao consumidor. A restrição nos primeiros anos à zona norte deve-se a um ponto na sustentabilidade, de modo a diminuir a pegada carbónica da distribuição, porém com possíveis parcerias futuras poder-se-á ampliar a distribuição a todo o país.

As instalações onde irá ocorrer a produção dos produtos serão cedidas a título gratuito por um dos membros da equipa.

O capital social será de 500€ dividido em quatro partes iguais, por cada um dos membros da equipa.

O investimento inicial, quer dos equipamentos, quer do fundo de maneiio do primeiro mês de atividade, no valor global de 18.305,74€ será financiado através de empréstimos de familiares, sem juros, a amortizar em 8 anos, com um período de carência de capital de 3 anos.

Tendo em conta a relação preço/qualidade pretendida na escolha de fornecedores e que o nosso produto se enquadra na categoria de acompanhamento, depois de definir o total de custos diretos e o total de custos fixos, definimos um preço de venda publico de 3,99€ c/ IVA por embalagem de 300g de ambos os nossos produtos. A estrutura de custos por unidade de embalagem encontra-se representada na tabela 3.

<b>Tabela 3. Estrutura de Custos da Ribeirinha D'Ouro por embalagem (300gr).</b>				
	<b>Carne</b>	<b>%*</b>	<b>Cogumelos</b>	<b>%*</b>
Matérias-Primas	0,8832	23,49%	1,5268	40,61%
Embalagem	1,1200	29,79%	1,1200	29,79%
<b>Total Custos Diretos</b>	<b>2,0032</b>	<b>53,28%</b>	<b>2,6468</b>	<b>70,39%</b>
Custos com Pessoal	0,7322	19,47%	0,7322	19,47%
F.S.E.	0,1221	3,25%	0,1221	3,25%
Custos Marketing	0,0333	0,89%	0,0333	0,89%
Custos Distribuição	0,0833	2,22%	0,0833	2,22%
Amortizações	0,0217	0,58%	0,0217	0,58%
<b>Total Custos Fixos</b>	<b>0,9926</b>	<b>26,40%</b>	<b>0,9926</b>	<b>26,40%</b>

<b>Custos Totais</b>	<b>2,9958</b>	<b>79,68%</b>	<b>3,6394</b>	<b>96,79%</b>
<b>Margem Bruta</b>	<b>1,7568</b>	<b>46,72%</b>	<b>1,1132</b>	<b>29,61%</b>
<b>Margem Industrial</b>	<b>0,9025</b>	<b>24,00%</b>	<b>0,2589</b>	<b>6,89%</b>
<b>Margem Líquida antes de Impostos</b>	<b>0,7642</b>	<b>20,32%</b>	<b>0,1206</b>	<b>3,21%</b>

\*percentagem relativa ao preço de venda para retalho: 3,99€ (Preço à saída da fábrica)

O custo total de produção e de comercialização de uma embalagem de produto será de 2,9958€ e 3,6394€ para Ribeirinha D'Ouro de carne e Ribeirinha D'Ouro *vegan*, respetivamente. Tendo em vista a venda do produto ao retalho com um preço de 3,76€ + IVA, obteríamos uma margem líquida de 0,7642€ e 0,1206€ por cada embalagem da versão de carne e *vegan*, respetivamente, o que corresponde a cerca respetivamente a 20,32% e 3,21% do preço de venda. Como demonstrado, a margem líquida da Ribeirinha D'Ouro *vegan* é menos de metade que a de carne, porém, como um dos nossos objetivos é incentivar o consumo de uma alimentação de base vegetal, igualamos o preço de venda de ambos.

### **PLANO DE NEGÓCIOS**

Os pressupostos do plano de negócios, bem como os seus dados previsionais, assentam nos seguintes pontos: - o prazo médio de recebimento dos clientes (mercearias) será em média de 30 dias; - o prazo médio de pagamento de fornecedores de matérias-primas será de 30 dias; - o imposto sobre o valor acrescentado (IVA) será processado no regime trimestral e o seu pagamento, ocorrerá até ao dia 15 do segundo mês seguinte ao trimestre das operações; - a taxa social única (TSU) será liquidada até ao dia 20 do mês seguinte ao processamento das remunerações; - o pagamento de salários ocorrerá ao dia 05 do mês seguinte do processamento das remunerações; o imposto sobre o rendimento de pessoas coletivas (IRC) será à taxa de 21%; - as amortizações do ativo fixo serão calculadas através do Método da Linha Reta, com quotas constantes anuais de 12,5%.

Relativamente às vendas previsionais, com perspetivas de futuro de alargar a distribuição a todo o distrito de Porto, e de implementar parcerias com o turismo, cervejarias portuenses ou caves de vinho do Porto, estipulamos um crescimento de 5% no segundo ano e de 10% no terceiro ano, e semelhante incremento nos custos variáveis.

Em termos de resultados, para o período de três anos, estima-se que o projeto gere resultados acumulados positivos. O EBITDA (Resultados Antes de Juros, Impostos e Amortizações) estima-se registar os valores de 45.000,00€, 47.250,00€ e 51.975,00€ respetivamente, para o primeiro, segundo e terceiro ano do projeto. Em termos de Resultados Líquidos, os mesmos cifrar-se-ão em 34.314,70€, 36.093,20€ e 39.825,95€, respetivamente para o primeiro, segundo e terceiro ano do projeto.



<b>Tabela 4. Demonstração dos resultados previsionais da Ribeirinha D'Ouro.</b>			
	<b>Valores em €</b>		
	<b>1º ano</b>	<b>2º ano</b>	<b>3º ano</b>
Quantidades	72 000,00	75 600,00	83 160,00
Vendas líquidas	270 720,00	284 256,00	312 681,60
Total Custos Diretos	155 815,20	163 605,96	179 966,56
<b>Margem Bruta</b>	<b>114 904,80</b>	<b>120 650,04</b>	<b>132 715,04</b>
Custos com Pessoal	52 718,40	55 354,32	60 889,75
F.S.E.	8 791,20	9 230,76	10 153,84
<b>Margem industrial</b>	<b>53 395,20</b>	<b>56 064,96</b>	<b>61 671,46</b>
Custos Marketing	2 397,60	2 517,48	2 769,23
Custos Distribuição	5 997,60	6 297,48	6 927,23
<b>EBITDA</b>	<b>45 000,00</b>	<b>47 250,00</b>	<b>51 975,00</b>
Amortizações	1 562,40	1 562,40	1 562,40
<b>Resultado Antes de Impostos</b>	<b>43 437,60</b>	<b>45 687,60</b>	<b>50 412,60</b>
IRC	9 121,90	9 594,40	10 586,65
<b>Resultado Líquido</b>	<b>34 315,70</b>	<b>36 093,20</b>	<b>39 825,95</b>

Tendo presente os pressupostos do projeto, bem como o expectável desenrolar da sua atividade, os resultados dos mesmos serão consolidados conforme o balanço do projeto a seguir apresentado na tabela 5. Neste sentido, a empresa apresentará um Ativo Total Líquido, um Capital Próprio, tendo em conta a criação de resultados e o Passivo.

<b>Tabela 5. Balanço Previsional da Ribeirinha D'Ouro.</b>			
<b>ATIVO</b>	<b>Valores em €</b>		
	<b>1º ano</b>	<b>2º ano</b>	<b>3º ano</b>
<b>Ativo Não Corrente</b>	<b>10 917,60</b>	<b>9 355,20</b>	<b>7 792,80</b>
Ativos fixos tangíveis	10 917,60	9 355,20	7 792,80
<b>Ativo Corrente</b>	<b>67 230,14</b>	<b>119 998,65</b>	<b>178 509,23</b>
Clientes	23 913,60	49 022,88	76 643,09
Caixa e depósitos bancários	43 316,54	70 975,77	101 866,15
<b>Total do ativo</b>	<b>78 147,74</b>	<b>129 353,85</b>	<b>186 302,03</b>
<b>CAPITAL PRÓPRIO</b>			
Capital realizado	500,00	500,00	500,00
Reservas		34 315,70	70 408,91
Resultado líquido do período	34 315,70	36 093,21	39 825,96
<b>Total do capital próprio</b>	<b>34 815,70</b>	<b>70 908,91</b>	<b>110 734,87</b>
<b>PASSIVO</b>			
<b>Passivo Corrente</b>	<b>43 332,04</b>	<b>58 444,94</b>	<b>75 567,16</b>
Fornecedores	13 763,68	28 215,54	44 112,58
Estado e outros entes públicos	11 262,62	11 923,66	13 148,84
Outros passivos correntes	18 305,74	18 305,74	18 305,74
<b>Total do passivo</b>	<b>43 332,04</b>	<b>58 444,94</b>	<b>75 567,16</b>
<b>Total Do Capital Próprio E Do Passivo</b>	<b>78 147,74</b>	<b>129 353,85</b>	<b>186 302,03</b>

## AVALIAÇÃO DO PROJETO

Como medidas de viabilidade do Projeto, iremos analisar o Valor Atual Líquido (VAL) e a Taxa Interna de Rentabilidade (TIR).

Valor Atual Líquido (VAL) tem como objetivo avaliar a viabilidade do projeto, através do cálculo do valor atual de todos os seus *cash-flows*. Neste sentido, por valor atual entende-se o valor hoje dos montantes a obter no futuro, relativos ao projeto. Como o projeto apenas gera *cash-flow* no futuro, é necessário atualizar o valor de cada um desses *cash-flows* e compará-los com o valor do investimento. No caso de o valor do investimento ser inferior ao valor atual dos *cash-flows*, o VAL é positivo o que significa que o projeto apresenta uma rentabilidade positiva. Para atualizar os *cash-flows* futuros será utilizada a taxa de 10%, que se considera suficiente para garantir os riscos associados ao projeto. Assim, tendo por base o investimento do projeto de 18.305,74€, estima-se que o projeto irá gerar *cash-flows* acumulados que, depois de deduzidos ao valor do investimento, apresentarão um VAL positivo de 55.634,65€, o que comprova a viabilidade do projeto agora apresentado.

Pela ótica da Taxa Interna de Rentabilidade (TIR), este indicador irá medir a rentabilidade do projeto, sendo que quanto mais elevada é a TIR, maior a rentabilidade do projeto. Neste caso, a TIR do projeto é de 175,09%, pelo que, como é superior à taxa de custo de capital, o projeto apresenta-se viável.

**Tabela 6. Viabilidade do projeto – Ribeirinha D’Ouro.**

Descrição	Valores em €		
	1º ano	2º ano	3º ano
<b>Investimento</b>	-18 305,74		
Meios Libertos do Projeto		35 878,10	37 655,60
Resultado Líquido		34 315,70	36 093,20
Depreciações e amortizações		1 562,40	1 562,40
<b>Investimento/Desinvestimento em Fundo de Maneio</b>			
Fundo de Maneio		1 112,70	-8 883,68
<b>Cash-Flow de exploração</b>	<b>-18 305,74</b>	<b>36 990,80</b>	<b>28 771,92</b>
Fator de atualização	1,0000	1,1000	1,2100
<b>Cash-Flow líquido atual</b>	<b>-18 305,74</b>	<b>33 628,00</b>	<b>23 778,44</b>
<b>Cash-Flow líquido atual acumulado</b>	<b>-18 305,74</b>	<b>15 322,26</b>	<b>39 100,71</b>
<b>Valor Atual Líquido (VAL)</b>			55 634,65
<b>Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)</b>			175,09 %

**ANEXOS**



**PREPARADO DE BIFANAS DE PORCO FINAS LAMINADAS ENVOLVIDAS EM MOLHO  
PRODUTO ESTERILIZADO**

**INGREDIENTES:** bifana de porco 50%, molho de tomate (tomate, sal, regulador de acidez, ácido cítrico) 23%, cebola 10%, cerveja 9%, vinho 4%, azeite, vinho do Porto, especiarias, sal e alho.

DECLARAÇÃO NUTRICIONAL	POR 100G DE PRODUTO	POR PORÇÃO (150G)	DR
Energia	461kJ/112kcal	692kJ/168kcal	8400kJ/2000kcal
Lípidos dos quais saturados	6,2g 1,9g	9,2g 2,3g	70g 20g
Hidratos de Carbono dos quais açúcares	1,7g 1,6g	2,5g 2,2g	260g 90g
Fibra	0,6g	0,9g	
Proteínas	11,8g	17,3g	50g
Sa	0,18g	0,24g	6g

\*DR: doses de referência para um adulto médio (8400kJ/2000kcal). Esta embalagem contém aproximadamente 2 porções.

**MODO DE CONSERVAÇÃO:** Conservar em local fresco e seco. Após abertura, transferir para recipiente de plástico ou vidro e conservar em refrigeração e consumir no prazo de 2 dias.

**MODO DE PREPARAÇÃO:** No fogão: Transfira o conteúdo para um recipiente próprio para fogão e aqueça em lume brando. No micro-ondas: Coloque o conteúdo num recipiente adequado e aqueça durante cerca de 2-3 minutos em 500W.

**HISTÓRIA**  
A "RIBEIRINHA D'OURO" consiste numa receita de bifanas à moda do Porto, de presença obrigatória em convívios entre familiares e amigos. Este preparado reconfortante nasceu da união da tradição, paixão e cultura gastronómica do norte de Portugal. Este produto permite alcançar um público mais alargado pois para além do receituário tradicional também usa versões vegetais igualmente deliciosas.

**EXPERIMENTA VÁRIAS COMBINAÇÕES:**  
PÃO, BATATAS FRITAS, PURÉ, VEGETAIS, ARROZ, MASSA

**300G 2X150G**  
Contém 150g e 150g de produto

**RECICLAR AS EMBALAGENS:**  
PRIMÁRIA, SECUNDÁRIA

**INFORMAÇÕES:**  
Distribuído por: Ribeirinha D'Ouro, Rua Nesses Serenos da Graça, nº32, 4620-210, Lourenço Pó (Póvoa do Varzim).  
Website: [www.ribeirinhadoouro.pt](http://www.ribeirinhadoouro.pt)  
Facebook: Ribeirinha D'Ouro  
Instagram: ribeirinha\_douro

**·RIBEIRINHA·  
D'OURO**  
A BIFANA QUE FAZ RENASCER A TRADIÇÃO

SUGESTÃO DE APRESENTAÇÃO

**Figura 3 - Rótulo da Ribeirinha D'Ouro com as menções obrigatórias de acordo com o disposto no Regulamento (UE) nº 1169/2011.**



**PREPARADO DE COGUMELOS PORTOBELLO ENVOLVIDOS EM MOLHO  
PRODUTO ESTERILIZADO**

**INGREDIENTES:** cogumelos portobello 34%, cerveja (22%), cebola (21,2%), molho de tomate (tomate, sal, regulador de acidez, ácido cítrico) 14%, azeite 4%, vinho do Porto, sal, vinagre, Saccharomyces cerevisiae (matéria seca), extrato de levedura, emulsificante (dióxido de silício), especiarias e alho.

DECLARAÇÃO NUTRICIONAL	POR 100G DE PRODUTO	POR PORÇÃO (150G)	DR
Energia	254kJ/58kcal	427kJ/102kcal	8400kJ/2000kcal
Lípidos dos quais saturados	3,2g 0,8g	4,8g 1,2g	70g 20g
Hidratos de Carbono dos quais açúcares	1,9g 1,4g	3,0g 2,0g	260g 90g
Fibra	1,6g	2,4g	
Proteínas	1,4g	2,1g	50g
Sa	0,9g	1,3g	6g
Cobalamina B12	0,13µg	0,2µg	0,2µg

\*DR: doses de referência para um adulto médio (8400kJ/2000kcal). Esta embalagem contém aproximadamente 2 porções.

**MODO DE CONSERVAÇÃO:** Conservar em local fresco e seco. Após abertura, transferir para recipiente de plástico ou vidro e conservar em refrigeração e consumir no prazo de 2 dias.

**MODO DE PREPARAÇÃO:** No fogão: Transfira o conteúdo para um recipiente próprio para fogão e aqueça em lume brando. No microondas: Coloque o conteúdo num recipiente adequado e aqueça durante cerca de 2-3 minutos em 500W.

**HISTÓRIA**  
A "RIBEIRINHA D'OURO" consiste numa receita de bifanas à moda do Porto, de presença obrigatória em convívios entre familiares e amigos. Este preparado reconfortante nasceu da união da tradição, paixão e cultura gastronómica do norte de Portugal. Este produto permite alcançar um público mais alargado pois para além do receituário tradicional, utiliza também uma versão vegetariana igualmente deliciosa.

**EXPERIMENTA VÁRIAS COMBINAÇÕES:**  
PÃO, BATATAS FRITAS, PURÉ, VEGETAIS, ARROZ, MASSA

**300G 2X150G**  
Contém 150g e 150g de produto

**RECICLAR AS EMBALAGENS:**  
PRIMÁRIA, SECUNDÁRIA

**INFORMAÇÕES:**  
Distribuído por: Ribeirinha D'Ouro, Rua Nesses Serenos da Graça, nº32, 4620-210, Lourenço Pó (Póvoa do Varzim).  
Website: [www.ribeirinhadoouro.pt](http://www.ribeirinhadoouro.pt)  
Facebook: Ribeirinha D'Ouro  
Instagram: ribeirinha\_douro

**·RIBEIRINHA·  
D'OURO**  
A BIFANA QUE FAZ RENASCER A TRADIÇÃO

**VEGAN**

SUGESTÃO DE APRESENTAÇÃO

**Figura 4 - Rótulo da Ribeirinha D'Ouro vegan com as menções obrigatórias de acordo com o disposto no Regulamento (UE) nº 1169/2011.**